

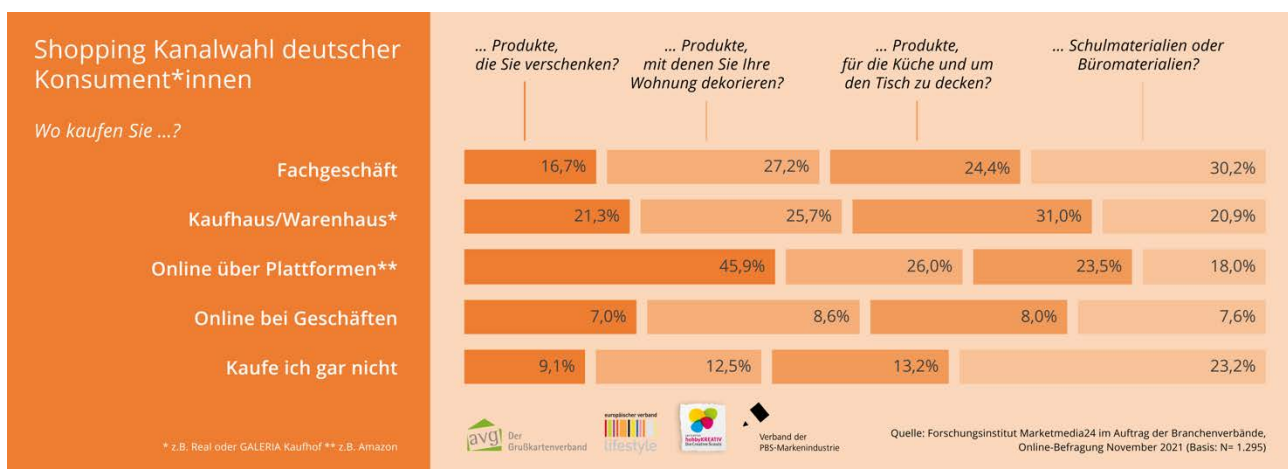
Vier Branchenverbände bündeln ihre Kräfte und Stärken

Studie über den wahren Kunden bildet den Auftakt

Köln. „Verbände sind starke Networking-Tools“, bringt Gerlinde Karg, Vorstandsvorsitzende und Geschäftsführerin des Hobby-Kreativ Verbandes, den Nutzen für ihre Mitglieder auf den Punkt. Jetzt steht ihnen sogar ein ganzer Werkzeugkasten zur Verfügung. Denn der Grußkartenverband AVG, der Europäische Verband Lifestyle, Hobby-Kreativ und der Verband der PBS Markenindustrie bündeln seit Jahresbeginn 2022 ihre Synergien. Schon der branchenübergreifende Erfahrungsaustausch zeitigt Nutzen für alle Mitglieder. Konkret verabredet die Branchenverbandsinitiative Themen, Veranstaltungen und Projekte gemeinsam anzupacken. Und das Projekt der ersten gemeinsamen Stunde ist eine Befragung unter Konsument*innen, mit welcher das Forschungsinstitut Marketmedia24, Köln, beauftragt wurde. „Die Ergebnisse liefern unseren Mitgliedern mehr Informationen über den wahren Kunden“, so Volker Jungeblut, Geschäftsführer des Verbands der PBS Markenindustrie.

Es sind der gesellschaftliche und technologische Wandel des 21. Jahrhunderts, der alle Verbände und deren Mitglieder vor immense Herausforderungen stellt. Schlagworte wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Customer Journey, NewWork, Work-Life-Balance, Dekarbonisierung, Energiewende, Umweltverschmutzung, Fachkräftemangel markieren die Fragen, für die alle Verbände Antworten und Lösungen suchen. Dazu schieben sich pandemiebedingte Themen wie explodierende Kosten durch Materialknappheit, weltweite Logistikprobleme und lückenhafte Lieferketten in den Vordergrund. Und das erneute Aus aller Branchenleitmessen in Frankfurt verschärft die Situation auf der Vertriebsseite. In diesem schwierigen Spannungsfeld die richtigen Weichen zu stellen, bestimmt den Erfolg eines Unternehmens in Gegenwart und Zukunft. „Problematiken, die uns und unsere Mitglieder gleichermaßen betreffen“, unterstreicht Mathias Janssen, erster Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten, „auch wenn die Vertriebsformen und Erfahrungen unserer vier Verbände durchaus unterschiedlich sind, werden die Lösungsansätze für alle ähnlich sein.“ Schließlich treibe die Frage, wie bekomme ich meine Message zum Verbraucher, alle in den Verbänden vertretenen Produktbereiche permanent an.

Durchaus Überraschungen und konkrete Hinweise auf die strategische Ausrichtung für die Mitglieder der Branchenverbandsinitiative hält die repräsentative Konsument*innen-Befragung durch Marketmedia24 bereit. So bestätigt die Frage nach der bevorzugten Shoppingquelle die Wettbewerbsstärke des Online-Handels. „Die Befragung unterstreicht gleichzeitig, dass stationäre Anbieter, insbesondere der Fachhandel selbst für die Youngsters zwischen 15 und 19 Jahren eine wichtige Rolle als Einkaufsquelle spielt“, so Heike Tscherwinka, Geschäftsführerin des Europäischen Verbands Lifestyle. Dabei spielt für alle Altersgruppen der stationäre Handel in Wohnortnähe die wichtigste Rolle, wenn es um Einkäufe außerhalb des täglichen Bedarfs geht, also zum Beispiel um Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Bastelsachen, Geschenkartikel und ähnliches.



Mehr als die Hälfte der deutschen Konsument*innen shoppen ihre Wohnungsdekoration, Produkte für Küche und Tisch sowie Schul- oder Büromaterialien im stationären Einzelhandel. Bei Geschenkartikeln dominiert hingegen das Online-Geschäft und hier insbesondere große Plattformen wie Amazon mit einem Anteil von 45,9 Prozent.

3172 Zeichen inkl. Leerzeichen | 377 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Factsheet der Branchenverbandsinitiative

Branchenverband	Anzahl Mitglieder	Weitere Infos
AVG - Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten	29	https://www.avgcard.de/de/ueber-die-avg.html
EVL - Europäischer Verband Lifestyle	160	https://forum-lifestyle.com/seiten/ueber-uns/#EVL
Verband Hobby-Kreativ	8	https://www.initiative-hobbykreativ.de/Verband/Organisation.html
Verband der PBS-Markenindustrie	40	www.pbs-markenindustrie.de